

田原本町観光まちづくりへの提案

令和2年度 近畿観光まちづくりコンサルティング事業

2021年3月

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議

はじめに

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議では今年度、重点支援地域として奈良県田原本町を選定し、現地視察や会議および、今年度に初めて行った地域側検討会を通じて、田原本町への観光客誘致や旅行商品化などへつながる観光まちづくりの方向性を検討してまいりました。

現地視察では、唐古・鍵遺跡の史跡公園やミュージアム、浄照寺、本誓寺、村屋神社、多神社といった歴史文化資源のほか、観光拠点施設となり得る道の駅レスティ唐古・鍵、農業と観光が連携する取田農園、伝統的な味噌づくりを復活させた嶋田味噌、そしてオープンを間近に控えたNIPPONIA田原本マルト醤油などを見学。いずれもポテンシャルを十分に秘めた観光資源であり、視察していないものも含めて資源の豊かさを認識しました。

その中でも、特に私たちを感嘆させたのは、町長をはじめ田原本町の皆さんの熱意ともてなしです。本事業で多くの自治体に関わってきましたが、人こそが最大の観光資産であることを田原本町で改めて意を強くしたところです。

資源も豊富で、それを支える人材もいるにも関わらず、観光まちづくりの後発組であったのはなぜなのか。その要因を紐解き、方向性をお示しすることに主眼を置いてきました。その結果、資源間の連携が欠如し、熱意ある人たちの意識共有が不足していることに起因していると考えました。

そこで本提案書は、個々の資源を「つなぎ」光を放つコンテンツとすることや、町内の熱意ある皆さんの「つながり」を深める会議の創設、町外観光客との関係性を高める情報発信および町内消費を促す方向性を示すことにしました。

田原本町観光まちづくりの第一歩は「つなぐ」をキーワードとし、地元の人たちが胸を張る「暮らしやすい」まちの輪を町内外に広げ、奈良盆地のど真ん中というポジションを確立していただきたいと考えています。

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議 一同

1. 現地視察報告

(1) 地域資源の評価ー1

視察した地域資源について、観光資源としてなりうる可能性、旅行商品化に対応できるか否かを評価し星数によって表しました（3つ=歓喜！、2つ=可能性大、1つ=条件付で可能性あり、ゼロ=可能性なし）。以下のポイントは、委員の星数の総和を視察した人数で割り算出しました

① 浄照寺・本誓寺/旧寺内町の町並み 1.62ポイント

プラス点=「設え・雰囲気」「文化・芸能・複合施設」「希少性」「アクセス」

マイナス点=「受入体制」「観光利用の是非」

⇒令和版寺子屋やまち歩き定時ツアーの実施、寺泊などによるコンテンツづくり
2寺をまちの拠点化

② 嶋田味噌 1.69ポイント

プラス点=「店主のキャラクター」「伝統的な製法」「味噌づくり体験」

マイナス点=「1カ月前の予約」「施設整備」

⇒定時開催やパネル展示による受入態勢の充実 体験メニューの充実 情報発信

③ 村屋坐彌富都比賣神社(村屋神社) 1.54ポイント

プラス点=「宮司」「アマビエグッズ」「設え・雰囲気」

マイナス点=「情報発信」「アクセス」「社寺が多い奈良県内での希少性」

⇒大神神社やマルト醤油との連携強化 中ツ道のアピール 駐車場などインフラ整備



1. 現地視察報告

(1) 地域資源の評価ー2

- ④ **NIPPONIA田原本 マルト醤油** 2.38ポイント (最高値)
プラス点 = 「醤油蔵と宿のコンセプト」「施設の魅力」「田原本観光の拠点」
マイナス点 = 「夕食」「アクセス」
⇒ **地域を巻き込んだ滞在プログラムの開発 拠点化 ターゲットの設定**
- ⑤ **道の駅「レスティ唐古・鍵」** 1.75ポイント
プラス点 = 「観光拠点」「施設整備」「食」
マイナス点 = 「観光案内、買い物を楽しむ仕掛け」「食」
⇒ **案内機能・情報発信機能の充実で拠点化 食事メニューの開発**
- ⑥ **唐古・鍵遺跡史跡公園** 1.50ポイント
プラス点 = 「広さ、本物感」
マイナス点 = 「歴史的価値の見える化」「ミュージアムとの連携不足」
⇒ **体験等プログラムの開発やイベントの拡充 ミュージアムとの連携強化**



1. 現地視察報告

(1) 地域資源の評価ー3

⑦取田農園

1.33ポイント

プラス点 = 「生産者のこだわり」「観光への取り組み」

マイナス点 = 「解説等の情報発信」「駐車場など施設整備」

⇒受入態勢の整備 ガイダンス機能の充実・イチゴのまちとしてのPR



⑤唐古・鍵考古学ミュージアム

1.33ポイント

プラス点 = 「展示内容」

マイナス点 = 「展示解説」「史跡公園との距離」

⇒道の駅や史跡公園との連携強化 見学プログラム開発



⑥多坐弥志理都比古神社 (多神社)

1.00ポイント (最低値)

プラス点 = 「太安万侶ゆかり」「建造物」

マイナス点 = 「仕掛け不足」「社寺が多い奈良県内での希少性」

⇒芸能を前面に打ち出す 太子道等を生かしたイベント仕掛け 宝物殿など整備



1. 現地視察報告

(4) 田原本町全体の評価

多くの委員が田原本町の「プラス点」として①観光に熱意のある多士済々な人材②食資源の豊富さ③歴史資源の多さを評価しました。

一方で、プロモーションや情報発信の不足、二次交通の欠如、観光消費を促す仕掛けの少なさを「マイナス点」として指摘する委員も多くいました。

プラス点（強み）

- ☆観光に熱意のある多士済々な人材
- ☆生産地および発酵文化など食資源の豊富さ
- ☆弥生時代から営々と続く歴史資源の充実

マイナス点（課題）

- ★プロモーションや情報発信の不足
- ★田原本駅、町内資源間の二次交通の欠如
- ★観光消費を促す仕掛け、プログラムの少なさ

現地意見交換から

- 【町長】 子どもと女性がターゲット
- 【商工会長】 若者の参画と情報発信
- 【観光協会長】 駅前に食事場所がない

「プラス点」をさらに伸ばし、「マイナス点」の洗い出しと改善策の検討

ターゲットの設定 誰に来てもらいたいかを明確にすることで情報発信プロモーションも定まる

観光消費を促す タビナカの食と宿泊の充実

熱意ある人をつなぐ連携 人材こそ観光まちづくりの原動力

2. 地域側検討会報告

(1) 資源等の自己評価

① 浄照寺・本誓寺/旧寺内町の町並み

ターゲット層 = シニア（歴史好き）、ファミリー層
プラス点 = 住職の存在、駅近の観光資源

② 嶋田味噌

ターゲット層 = 女性、ファミリー層
プラス点 = 体験、味

③ 村屋神社

ターゲット層 = 御朱印マニア
プラス点 = 大神神社との両参り、アマビエなど多彩な御朱印

④ 道の駅「レスティ唐古・鍵」

ターゲット層 = ファミリー層
プラス点 = 地元産の商品と食

⑤ 唐古・鍵遺跡史跡公園

ターゲット層 = ファミリー層、ペット連れ、歴史好き中高年
プラス点 = 広大な園内、ペットの散歩、関係者の連携

⑥ 取田農園

ターゲット層 = 若い女性、ファミリー層
プラス点 = イチゴ狩り体験、異業種等との連携

⑦ 唐古・鍵考古学ミュージアム

ターゲット層 = 歴史好き
プラス点 = 展示品の充実

⑧ 多神社

ターゲット層 = 受験生（学生）、歴史好き
プラス点 = 学問（太安万侶）の神、芸能の神

友人・知人にお勧めの場所・コース

【場所】 道の駅、唐古・鍵遺跡史跡公園、ミュージアム、四大社

【コース】 町内周遊、大神神社や山の辺の道・榎原・明日香の広域観光ルート

【食】 焼肉店、国道24号沿いのラーメン屋、青垣カフェ、道の駅、田原本産極食パン

プラス点（強み）

☆歴史 ☆体験
☆交通の便

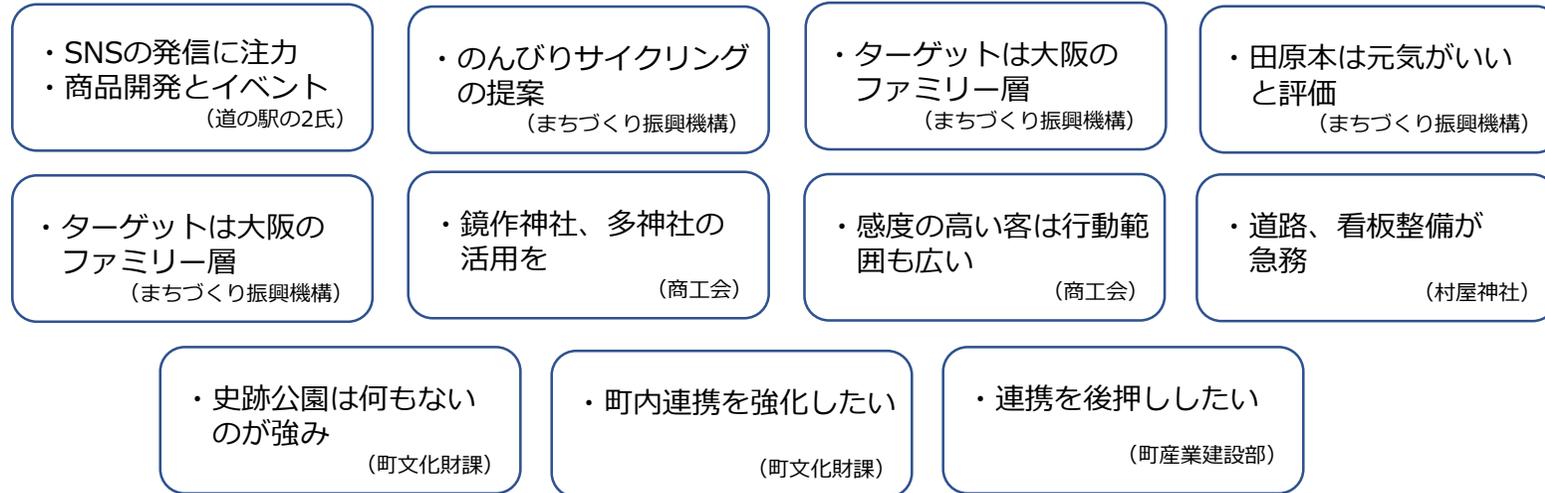
マイナス点（課題）

★道路が狭い ★駅周辺の空き店舗
★二次交通

2. 地域側検討会報告

(2) 意見交換会

地域側出席者の発言要旨



地域側検討会にみる方向性

田原本元気 田原本町の暮らしやすさを持続させる観光まちづくり
ターゲットはファミリー層 親子で過ごすための観光まちづくり
ほんもの 地元産、地域の歴史文化を生かす観光まちづくり
のんびり 道が狭いなど地域側の負を逆転させる観光まちづくり

観光まちづくりのステークホルダー、関係者、熱意のある人が
随時情報共有と意見交換を図る

検討会の常設

3. 観光まちづくり方向性の考察

提案のサマリー

この頁では、田原本町の現状の強み、課題等を整理し、今後観光まちづくりを進展させる上でのテーマ、ご提案を箇条書きで示しました。

【現状認識と課題】

- ・観光まちづくりに熱意のある多士済々
- ・生産地および発酵文化など食資源の豊富さ
- ・弥生時代から営々と続く歴史資源の充実



- ・熱意ある人たちがつながっていない
- ・豊富な食資源が観光消費につながっていない
- ・歴史（観光）資源が点としてしか存在せず、つながっていない



観光まちづくりのテーマを「つなぐ」とし

過去～現在～未来へ「つなぐ」観光まちづくり (p10)



提 案

1. 資源をつなぐ

「つなぐ」をテーマにコンテンツ開発 (p11、12)

2. ターゲット設定（戦略的ターゲットは女性とファミリー）

「つながる」「つながりたい」相手は誰か (p13)

3. 2次交通対策とレンタサイクルの活用

「つなぐ」手段もコンテンツ化 (p14、15)

4. 情報発信とプロモーション

ターゲットと「つながる」ために (p16)

5. 観光消費喚起策（田原本ぶらカード）

「つながり」を深める (p17)

6. 住民参画と人材育成

人を「つなぎ」、未来を「つなぐ」 (p18)

3. 観光まちづくり方向性の考察

(1) 観光まちづくりのキーワードを考える

田原本町が多種多様な観光資源を有していることは、我々委員と地域の皆さんが一致するところですが、資源の豊富さだけでは観光まちづくりの方向性を示すことはできません。

そこで、まずは田原本町の観光まちづくりを進展させ得るキーワード（テーマ）を定めることが重要ではないかと考えました。現地視察、会議、地域側検討会で浮かび上がったキーワードは次の通りになります。

ど真ん中

奈良盆地の中心に位置する地域性 ほんものという王道 観光&商工&農業の真ん中

田原本元気

住民も訪れた人も元気になる 歩き観光やサイクリング+食の健康志向ツーリズム

道

狭い道をプラスに転換 中ツ道・下ツ道・太子道・太陽の道を生かす コロナ後の道筋を示す

人

人から派生する観光 人と人との関係性から生じる観光 地域内連携



上記4つのキーワードから、私たちは

- ・町内はもちろん周辺エリアの資源を**つなぐ**ことで「真ん中」になり得る
- ・観光資源を**つなぎ**、歴史や文化を**つないで**きた「道」
- ・熱意ある「人」が**つながる**ことで「田原本元気」が生じ、その元気は外部の人との**つながり**を深める力になる

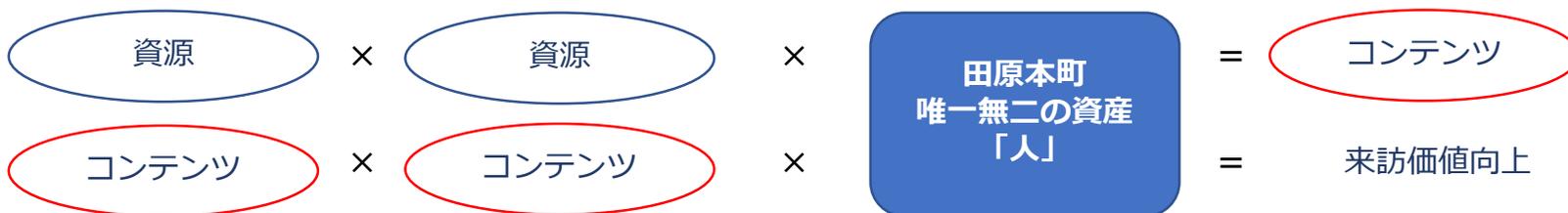
過去～現在～未来へ「つなぐ」観光まちづくり

3. 観光まちづくり方向性の考察

(2) 「つなぐ」をテーマにコンテンツ開発

田原本町観光まちづくりの方向性を「つなぐ」とし、既存の観光資源をつなぐことで付加価値を高めるコンテンツを開発します。既存のコンテンツも含めて、来訪者が過ごすシーンを具現化し、来訪価値を高めていくことを考えます。

資源をつなぐの定義



食資源をつなぐ(例)

資源 1	資源 2	資源 3	資源 4	コンテンツ
取田農園	道の駅「レス ティ唐古・鍵」			イチゴパフェ、イチゴジェラード イチゴづくし
野菜生産者	唐古・鍵遺跡史跡公園など			野点天ぷら
嶋田味噌	マルト醤油			日本の発酵食文化を学ぶ
地場野菜	嶋田味噌			田原本汁
取田農園	和菓子店	洋菓子店		田原本元気スイーツ
国道24号沿いのラーメン店				田原本ラーメン王

3. 観光まちづくり方向性の考察

(2) 「つなぐ」をテーマにコンテンツ開発

歴史資源をつなぐ(例)

資源 1	資源 2	資源 3	資源 4	コンテンツ
村屋神社	大神神社			夫婦神の両参り、ご朱印集め
村屋神社	唐古・鍵遺跡史跡公園、イチゴ狩り		レンタサイクル	ウイズコロナのファミリー旅行
多神社	天河大辨財天社			芸事、芸能の両参り
浄照寺	古典芸能	田原本食資源		ナイトタイムエコノミー
唐古・鍵遺跡史跡公園		唐古・鍵考古学ミュージアム		歴史マニア、教育旅行コンテンツに
池神社	鏡作神社	村屋神社	多神社	四大社めぐりにさらに来訪価値を
法隆寺	考霊神社	多神社	飛鳥寺	太子道（聖徳太子没後1400年）
藤原宮跡	鏡作神社	稗田環濠集落	平城宮跡	下ツ道
香久山	村屋神社			中ツ道
横大路	下ツ道	太子道	山の辺の道	古道ウォーク
浄照寺	本誓寺	嶋田味噌		駅から始まる歴史文化のまち歩き
伊勢神宮	長谷寺	多神社	四天王寺	太陽の道

そのほか七五三、受験など節目の記念旅行として四大社を提案することや、鏡作神社や多神社ではガラスメーカー、伝統文化愛好グループの法人グループ向けコンテンツとして提案することも想定されます。

多神社では、子どもの習い事や将来の夢を祈る場所として家族旅行の目的地になる可能性も感じられます。

3. 観光まちづくり方向性の考察

(3) 誰と「つながる」「つながりたい」のか… 田原本町を知る身近な人から始めてみよう

観光まちづくりの進展を図るためには、来てほしい、呼びたい来訪者像を明確にすることも必要です。「つながりたい」人、層は誰なのか、田原本町にとって「つながる」べき人、層は誰であるべきなのかを考えます。その結果、前述のコンテンツ開発や後述の情報発信などの戦略・戦術も具体化することができ、ここでは2つの層を想定してみました

ファミリー層

【強み】

- ①アクセスが良く、コロナ禍で家族の小旅行ニーズが高い
- ②本物の体験コンテンツや唐古・鍵遺跡史跡公園がある
- ③「じゃらん」で家族旅行の口コミが多く、満足度も高い

【課題】

- ①ファミリーの行動に対応した「即予約」の受入態勢
- ②小学校低学年、高学年向けなどターゲットの細分化
- ③田原本町の知名度（情報発信の項で詳述）

食・農・学び・体験・観光をつなぎ「上質な家族旅行」の地を実現

女性層

【強み】

- ①アクセスが良く、奈良盆地パワースポットの真ん中
- ②発酵食や農産物の豊富さによる質の高い生活文化
- ③弥生文化を子どもに伝えるなど女性住民が活躍

【課題】

- ①購買意欲のある女性層の消費機会の少なさ
- ②来訪女性と地元女性の交流接点（人材育成の項で詳述）
- ③田原本町の知名度（情報発信の項で詳述）

田原本元気をチャージする「知的で美的な旅行」を実現

3. 観光まちづくり方向性の考察

(4) 「つなぐ」手段もコンテンツ化

田原本町観光まちづくりの「つなぐ」は、町内および周辺エリアを含めた広域観光の移動手段も重要な構成要素になると考えられます。

つなぐ手段もコンテンツ

【田原本町の道（道路）の特徴】

- ①古くからの町割りそのままに道が狭い＝車での移動が困難＝歩きやすい道
- ②高低差がほとんどない＝自転車移動に適している
- ③道路からの景観がいい場所が点在する

（高い建物がなく空が広い。田園風景。飛鳥川など川沿いの道）

- ④中ツ道、下ツ道、太子道（筋違道）という古代の幹道が通る（広域観光の可能性）



★近鉄・田原本駅から歩く・自転車でめぐる
★道の駅「レスティ唐古・鍵」にマイカー停めて歩く、自転車でめぐる

【コンテンツ化への課題】

- ◆拠点（道草スポット、お休み処）がない
⇒歩き観光、自転車観光が消費につながらない

3. 観光まちづくり方向性の考察

(4) 「つなぐ」手段をコンテンツ化

「つなぐ」手段のコンテンツ化について、田原本まちづくり観光推進機構が取り組んでいるレンタサイクル事業をコースアップして考えてみます。

レンタサイクルの活用

- ① レンタサイクルの名称を決める。もしくは公募 例) 田原本ぶらチャリ
- ② 拠点の複数化。田原本駅前・道の駅・マルト醤油など（乗り捨て可能に）
- ③ 道路からの景観がいい場所が点在する（高い建物がなく空が広い。田園風景。飛鳥川など川沿いの道）
- ④ サイクリングコースの設定（アプリ）、広域サイクリングの提案
- ⑤ グッズの充実＝ヘルメット・グローブはレンタル（大人用と子ども用）、チャイルドシート
スマホホルダー。UVカットグッズ等は買い上げ
- ⑥ レンタサイクルの選択肢を増やす＝電動アシスト、ミニベロ、子ども用、トライシクル
- ⑦ 道草（充電）スポット＝まちの駅（自転車お休み処）、**田原本ぶらクーポン**（後述＝協力施設・店の参画）



ファミリー利用の促進

- ★ 自転車用チャイルドシート
- ★ ヘルメットなど安全対策
- ★ 電動アシスト車の充実



デジタル化の推進

- ★ スマホホルダーの標準装備
- ★ Stravaなどアプリの活用
- ★ 田原本ぶらクーポンの導入

3. 観光まちづくり方向性の考察

(5) ターゲットと「つながる」情報発信

田原本町観光のメインターゲットを女性、ファミリー層とし、ターゲットの嗜好や行動をイメージした“出口戦略”が明確な情報発信をデザインしていくことを考えます。

細分化による発信

・ NIPPONIA田原本マルト醤油に宿泊する女性客

ターゲットイメージ=知的好奇心が高く、自らのライフスタイルにこだわりを持つ女性およびファミリー

訴求ポイント=田原本ぶらチャリで広範囲で行動。村屋神社と大神神社の両参りや四大社めぐりなど御朱印集め、パワースポットを探訪。発酵食や朝採れ地野菜、スイーツなど食をアピール

ツール=田原本ぶらクーポン（後述=電子クーポン）と連動したSNS、NIPPONIA田原本マルト醤油HP
来訪者にSNS投稿を促す（ライフスタイルリーダーとしてシャワー効果が見込める）

・ 近隣ファミリー層

ターゲットイメージ=近隣もしくは大阪に在住するファミリー

訴求ポイント=ウイズコロナで自宅で過ごすことが多いファミリーへ、イチゴ狩りやイチゴのスイーツを提案。季節ごとに農業体験と食と観光の組み合わせをアピールし、繰り返し来訪を促す

ツール=家族お出掛け口コミサイト投稿、ファミリーに強いインフルエンサーを招へいする

・ ペットとお出掛け層

ターゲットイメージ=近隣もしくは大阪に在住するペット連れの家族、女性

訴求ポイント=ペットも家族の一員。ウイズコロナで自宅で過ごすことが多く、人もペットも楽しめるお散歩を提案。唐古・鍵遺跡史跡公園を目的地とし、道の駅ではペットのおやつなども販売

ツール=ペットとお出掛け口コミサイト投稿、ペットに強いインフルエンサーを招へいする

3. 観光まちづくり方向性の考察

(6) 「つながり」を深め、観光消費の増大に「つなげる」

観光まちづくりを持続していくためには、来訪者がお金を落とす観光消費を促さなければなりません。その仕組みを私たちは、観光まちづくりの後発組だからこそできる先進事例をヒントとし、デジタル化を推進するとともに、田原本町と関係性を深めることで持続的な消費活動が可能になるのではないかと考えました。

田原本ぶらカード

田原本ぶらカード（仮称）の導入

【目的】

- ・ 田原本町ファンの獲得、町内消費の喚起
- ・ 田原本町内での購買履歴および行動履歴などのデータ収集

【機能】

- ・ 田原本町内の飲食、物販、体験、宿泊などで利用できるカード（アプリ）
- ・ 町民、観光客いずれも利用できる
- ・ 利用金額に応じてポイントを付与。たまったポイントは町内で利用可
- ・ 田原本町まちづくり観光振興機構が運営し、失効ポイントは機構の財源に

【見込まれる効果】

- ・ 町内回遊の促進と観光消費の機会増大
- ・ ロイヤリティの高い顧客（関係人口）の増大
- ・ データによるマーケティング&マネジメント、商品開発の実現
- ・ 加盟店拡大による広域観光の実現

…まずは、町内イベント等で紙ベースのクーポンによる試行



事例) 気仙沼クルーシブ

- ・ 2017年4月から気仙沼観光推進機構（DMO）が発行。加盟店（125店舗）で提示すると100円の買い物で1ポイントがもらえて、貯まったポイントは1ポイント1円として加盟店でのみ利用可能。

- ・ カード（アプリ）利用によって観光マーケティングに生かすとともに、市民も使える「気仙沼の未来をつくる市民証」でもある。

- ・ 稼げる地域経営を目指す。現在会員数は2万8000人。サイモンズと連携

3. 観光まちづくり方向性の考察

(7) 人を「つなぎ」、未来へ「つなぐ」観光まちづくり

田原本町の観光まちづくりを進展させていくためには、委員が「まちの宝」と評価している熱意ある人たちが観光まちづくりの理念、情報を共有することが不可欠であると考えます。また、観光まちづくりを持続させるためには「人」を育てることが欠かせません。こうした人をつなげる事業は、観光施設整備やイベント開催など観光振興の予算等に関して町役場の強力なバックアップを得て、観光まちづくりの実働部隊、プラットフォームとして田原本まちづくり観光振興機構がオール田原本の推進役を担っていただくことを想定しています。

観光まちづくり会議

・観光まちづくりのステークホルダー、関係者が定期的に集う

田原本町の最大の地域資源であり唯一無二な資産は「人」です。地域側検討会でお集まりいただいた熱意がありおもてなしの心を持った皆さんを中心に、観光まちづくりに関する情報および意見の交換、振興機構によるマーケティングデータ等を共有する会議を定期的で開催。「田原本人」をつなぐ場とします。

また、会議では食ワーキンググループ（WG）、デジタルWG、コンテンツ開発WGなどを立ち上げ、振興機構の下で実効性の高い組織とし、奈良県内の観光まちづくり先進地を目指します。

会議が主導して田原本まちぶら博（仮称）のようなイベントを期間限定で開催し、着地コンテンツを開発・ブラッシュアップするとともに、住民参画の輪を広げていきます。アドバイザー会議委員もステークホルダーとして関わり、まちと委員の関係性をより高めます。

担い手を育てる

・持続可能な観光まちづくりへ人材を育成

田原本町の旅を来訪者の志向や目的に合わせて、ガイドの役割を担いつつ雑談しながら、旅を深化させたり地元の人を紹介したりする「アテンド（ナビゲーター）」を養成します。ボランティアガイドと協力しながら、それぞれ得意分野を生かしながらぶら歩きの演出を補助します。

田原本に暮らし学ぶ子どもたちにフォーカスした出前授業等を行い次世代の担い手を育成することは、持続可能な観光まちづくりには不可欠だと考えます。

4. 田原本型観光まちづくり～おわりに

「人」が主役の観光まちづくりを

昨年8月の現地視察から7カ月あまりの短い期間でしたが、それぞれ専門の立場から田原本町の観光まちづくりについて話し合い、今後の方向性をお示しいたしました。今すぐできる「つなぐ」こと、時間や予算のかかる「つなぐ」ことなどを提案いたしました。ぜひ、本提案書を熱意ある町の皆さまと共有いただき、できるところから観光まちづくりに取り組んでいただけたら幸いです。

提案書内では直接触れませんでしたでしたが、本会議で今回初めて田原本町を知った、訪れたという委員がほとんどでした。そのため田原本町の知名度を上げることが重要だとする指摘もありました。田原本町が奈良盆地の真ん中にあることから「くんなか（国中）田原本」など地政学的なサブネームや、弥生時代から営々と続く歴史資源をはじめ農産物や発酵食品など本物の食資源を有していることから来訪者が自分へのご褒美をあげられる「エネルギーをチャージできる田原本町」といったアイデアが出ていました。

繰り返しになりますが田原本町には、まちの歴史に誇りを持ち、まちの活性化に熱意があり、おもてなしの心を持った「人」がおおぜいいらっしゃる事が「観光まちづくり」の源泉になることは間違いありません。そんな皆さんお一人おひとりが来訪者との交流を通じて“受信力”を高められたら、田原本町を全国いや世界へ発信していくことは、そうハードルが高いように思えません。

知的好奇心が旺盛な来訪者と、感度が高いまちの皆さんが交流し共感する場を設定すること。田原本町観光まちづくりの突破口は、そんなところにヒントが隠されているように思っています。

ウイズコロナという従来と異なる時代の観光まちづくりは、人と人が触れ合い交流する原点を改めて見直すところからリスタートし、その試金石が田原本町であることを願ってやみません。そのためのお手伝いを少なからず今後も続けていくことをお約束いたします。

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議 一同